

**СПЕЦИФИКА ОТРАЖЕНИЯ АТРИБУТИВНЫХ КОНЦЕПТОВ
КАК СТРУКТУРАНТОВ ПОЛЯ «ДУХОВНОСТЬ» В ТЕКСТАХ
РАЗНОКАЧЕСТВЕННОЙ ПЕРИОДИКИ**

Аннотация: Рассматриваются когнитивные стратегии репрезентации атрибутивных концептов, образующих ментальное поле «духовность», в разных типах журналистского дискурса. Делается вывод о принципиально разных стратегиях ценностной идентификации. Элит-издания порождают новые смыслы и социокультурные значения. Качественные СМИ стремятся к сохранению и воспроизводству традиционных смыслов, а также генерируют новые – рационально-философские, утилитарно-прагматические. Издания масс-уровня ориентированы на потребление имеющихся ценностных смыслов, но в упрощенном, аксиологически выхолощенном виде.

Ключевые слова: *аксиология журналистики, дискурс СМИ, концепт, «толстые» журналы, качественные СМИ, массовые издания.*

Antropova V. V.

**SPECIFICS OF REFLECTING ATTRIBUTIVE CONCEPTS
AS STRUCTURES OF THE FIELD «SPIRITUALITY»
IN THE DISCOURSE OF PERIODICALS OF DIFFERENT QUALITY**

Abstract: The cognitive strategies of the representation of attribute concepts are considered. They form the mental field of «spirituality» in different types of journalistic discourse. The conclusion is made about fundamentally different strategies of value identification. Elite publications generate new interpretations and sociocultural meanings. High-quality media seek to preserve and reproduce traditional meanings, and also generate new ones – rational-philosophical, utilitarian-pragmatic. Mass-level publications are focused on the consumption of existing meanings, but in a simplified, axiologically emasculated form.

Keywords: *axiology of journalism, media discourse, concept, «thick» magazines, quality media, mass media.*

Перестроечные процессы профессионального медийного сообщества приводят к изменению представлений о журналистике во всех ее ипостасях: как социального института; вида творчества; сферы профессиональной деятельности. Маргинализация и дискретизация журналистики в условиях культурного многообразия инициируют формирование конкурирующих дискурсивных журналистских практик, различающихся степенью сложности контентообразования, уровнем рефлексии и анализа, апеллирующих к разным ментально-когнитивным стратам концепирования действительности, по-разному решающих в журналистских текстах проблему коммуникативно-культурной памяти, в силу чего оказываются затруднены идентификационные процессы медиатизированной личности, получившей определения «расщепленной», «колеблющейся» и т. д.

Релевантным идентитарным вызовом времени выступает метаконцепт «духовность» как аккумулирующее транзитивное основание ценностно-смыслового самоопределения личности. Инкорпорирование «духовности» как ценностного метаконцепта в многосубъектное журналистское поле позволяет, на наш взгляд, определить стратегии ценностной идентификации печатных СМИ, ранжированных по уровню качества.

Вследствие многоаспектности и многомерности этой аксиологической максимы мы выделили интенциональный, атрибутивный и модусный аспекты бытования духовности как гиперконцепта – ментально-ценностного образования, имеющего ядерно-периферийную организацию. Такая структура концептологического поля позволяет ранжировать минимальные содержательные элементы – ценностные смыслы – в порядке их значимости. В данной работе остановимся лишь на атрибутивных концептах «интеллект», «истина», «гармония», «красота», «совесть», «добро», представляющих непосредственно константно-признаковое содержание духовности как интенции («поиск», «стремление») и как способа / модуса («свобода», «воля», «ответственность»). Был проанализирован весь массив текстов (1278 единиц), извлеченных методом сплошной выборки из элитарной, качественной и массовой журнально-газетной периодики за 2016 г., объективирующих атрибутивные концепты (соответственно из литературного журнала «Знамя», еженедельника «Русский репортер», газеты «Комсомольская правда»).

Соотношение между интенциональными, атрибутивными и модусными концептами духовной семантики по количеству репрезентирующих контекстов в трех типах СМИ говорит о том, что

атрибутивные концепты занимают лидирующие позиции в качественной и массовой периодике, в элитарной они уступают место модусным: вероятно, для элитарного дискурса как креативно-интеллектуального типа коммуникации в процессе презентации реалий общественного бытия категория «содержание» оказывается менее важной, чем категория «мера / способ». Однако наиболее представленными в количественном отношении атрибутивные концепты оказались в элитарном журналистском дискурсе (560 текстовых единиц), затем – в массовом (413) и только потом – в качественном (305). Если рассматривать дальнейшую количественную динамику, то для элит-издания важнейшими оказались эстетические концепты («гармония», «красота» – 217) в сравнении с ментально-познавательными («истина», «интеллект» – 174) и этическими («совесть», «добро» – 169); для качественного – эстетические (200) в сравнении с этическими (68) и ментально-познавательными (37); издание масс-уровня тоже поддержало эту тенденцию: эстетические концепты (175) в сравнении с этическими (153) и ментально-познавательными (85). Менее актуальными в качественном и массовом изданиях оказались ментально-познавательные концепты, в то время как в общезыковой модели гиперконцепта «духовность» рефлексивно-мыслительная семантика занимает главную позицию.

Анализ ядерно-периферийной организации указанных ментальных конструктов позволил определить следующие когнитивные стратегии дискурсивного конструирования и ценностно-смыслового трансформирования: 1) в текстах «толстого» журнала концепт «совесть» репрезентируется через коннотативность (возникает семантика высокой оценки качества, морально-нравственная семантика редуцируется), «интеллект» – через антропоцентричность, «истина» – субъективную аутентичность и праксиологичность, «гармония» – онтологичность, «красота» – универсальность и экстенсивность; 2) в публикациях качественного СМИ модели этических концептов «совесть» и «добро» совпали с общезыковыми и никак не трансформировались, «интеллект» репрезентируется через прагматичность и технологичность, «гармония» – через онтологичность; 3) в текстах массовой газеты кардинально модифицированная структура концепта «добро» воплощается через имиджированность и брендируемость, мобильность, дискретность, «интеллект» – через прагматичность и технологичность, «истина» – субъективную аутентичность и праксиологичность, «гармония» – эклектичность, «красота» – экстермальность, эффектность, нарциссичность, дефицитарность, эмпатичность.

Таким образом, стратегии ценностной идентификации аудитории в рамках дискурсивных практик СМИ, с одной стороны, принципиально различны, с другой – неизбежно подчиняются ментально-когнитивным законам позиционирования типов культуры, логике социокультурной динамики [1, с. 13–16]. Элит-издания как динамично-инновационные агенты медиасферы производят новые смыслы и социокультурные значения; качественные – стремятся к сохранению и воспроизводству традиционных смыслов, при этом привнося новые – рационально-философские, утилитарно-прагматические; массовые – ориентированы на потребление уже имеющихся смыслов, но в упрощенном, аксиологически выхолащенном виде.

Литература

1. Костина А. В. Соотношение и взаимодействие традиционной, элитарной и массовой культур в социальном пространстве современности : автореф. дис. ... д-ра культурологи / Костина А. В. М., 2009.

УДК 070.1:654.19 + 070.421:32

Баранова А. А.

ПУБЛИЧНОЕ ПОЛИТИЧЕСКОЕ ДЕЙСТВИЕ КАК СПОСОБ РЕПРЕЗЕНТАЦИИ ПОЛИТИЧЕСКОГО СУБЪЕКТА В СМИ

Аннотация: Охарактеризованы особенности репрезентации политических субъектов через описание их действий в СМИ на примере отражения заявления об отставке бывшего главы Екатеринбурга Е. В. Ройзмана в общероссийских программах радиостанции «Эхо Москвы». Критерии анализа – частотность упоминания политика, тематический набор и содержательные характеристики, присваиваемые политическому субъекту при описании действия. В ходе анализа выявлено, что действия Е. Ройзмана резко повысили частотность упоминания регионального политика в эфире общероссийского СМИ. В поле зрения журналистов при упоминании политика на первый план выходит его борьба против внесения поправок в Устав Екатеринбурга об отмене всенародных выборов мэра. В эфире радио «Эхо Москвы» в силу оппозиционности данного СМИ дается положительная оценка политическому деятелю, ему присваиваются характеристики «значимость», «всероссийский масштаб деятельности», «оппозиционность» и «борьба».